

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan .....	10

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	13
B. Pengertian Merek .....	14
C. Pengertian Loyalitas Merek .....	17
D. Fungsi Loyalitas Merek .....	20
E. Tingkatan Brand Loyalty .....	21
F. Aspek-aspek Loyalitas Merek .....	25
G. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek .....	27
H. Keuntungan Loyalitas Merek .....	29

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	31
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
C. Teknik Pengumpulan Data .....	33
D. Definisi Operasional Variabel .....	34
E. Sumber Data .....	36
a. Data Primer .....	36
b. Data Sekunder .....	37
F. Metode Pengumpulan Data .....	37
G. Teknik Analisis Data .....	38
a. Teknik Kuantitatif .....	38
b. Teknik Kualitatif .....	38
H. Teknik Pengujian Data .....	38

a. Uji Validitas Data .....	38
b. Uji Reliabilitas Data .....	39
c. Analisis Deskriptif .....	40
1. Rata-rata Hitung (Mean) .....	40
2. Standar Deviasi .....	40
3. Persentase .....	41

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Uji Validitas Pre Test .....	42
B. Analisis Analisis Uji Reliabilitas Pre Test .....	43
C. Hasil Uji Validitas .....	44
D. Hasil Uji Reliabilitas .....	46
E. Analisis Profil Responden .....	47
F. Analisis Hasil Jawaban Responden .....	50
G. Analisis Deskriptif .....	55
H. Analisis Data Deskriptif Variabel .....	56
I. Pembahasan .....	63

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	65
B. Saran .....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL</b>	<b>JUDUL</b>	<b>HALAMAN</b>
1.1	Data Harga Pesaing dan Produk Lampu Merek Philips	5
1.2	Data Harga Lampu Philips Essential	7
4.1	Hasil Uji Validitas Pre Test	43
4.2	Hasil Uji Reliabilitas Pre Test	44
4.3	Hasil Uji Validitas N=100	45
4.4	Hasil Uji Reliabilitas N=100	46
4.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia	48
4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4.8	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.9	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	50
4.10	Hasil Jawaban Responden Untuk Item Pernyataan <i>Switcher Buyer</i>	51
4.11	Hasil Jawaban Responden Untuk Item Pernyataan <i>Habitual Buyer</i>	52
4.12	Hasil Jawaban Responden Untuk Item Pernyataan <i>Satisfied Buyer</i>	53
4.13	Hasil Jawaban Responden Untuk Item Pernyataan <i>Liking of The Brand</i>	54
4.14	Hasil Jawaban Responden Untuk Item Pernyataan	54

	<i>Committed Buyer</i>	
4.15	Hasil Uji Statistik	55
4.16	Deskripsi Variabel <i>Switcher</i>	57
4.17	Deskripsi Variabel <i>Habitual Buyer</i>	58
4.18	Deskripsi Variabel <i>Satisfied Buyer</i>	59
4.19	Deskripsi Variabel <i>Liking of The Brand</i>	60
4.20	Deskripsi Variabel <i>Committed Buyer</i>	61
4.21	Hasil Perhitungan Untuk Variabel Penelitian	62

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
2.1	Piramida Loyalitas Merek	24